

1.	Название специализированного модуля (дисциплины) по выбору студента	Социология рекламы
2.	Курс обучения	2-4
3.	Семестр обучения	3-7
4.	Количество кредитов	2
5.	Ф.И.О. лектора	Коршунов Геннадий Петрович, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии ФФСН
6.	Цели специализированного модуля по выбору студента	Получение студентами систематизированных знаний о сущности, целях, задачах и особенностях рекламы в информационном обществе; усвоение студентами знаний и навыков использования методов социологического исследования сферы рекламы.
7.	Пререквизиты	Интегрированный модуль «Экономика»
8.	Содержание специализированного модуля по выбору студента	Социология рекламы как специальная социологическая теория; Эволюция информации и коммуникации в развитии общества; Типология информации в современном обществе. Массовая информация; Теории современного общества. Информационное общество и общество потребления; Реклама как коммуникативный процесс и социальный институт; Уровни анализа средств массовой информации; Социологическое обеспечение рекламной кампании (планирование рекламной кампании, анализ рынка, таргетирование, медиапланирование и проч.); Качественные и количественные методы исследования при осуществлении рекламной кампании.
9.	Рекомендуемая литература	Медведева Е. Основы рекламоведения. - М., 2003. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию. - М., 2004 Кутлалиев, А., Попов А. Эффективность рекламы. – М., 2006
10.	Методы преподавания	Диалогово-эвристичный, проблемный, компаративный
11.	Язык обучения	Русский
12.	Условия (требования)	Подготовка эссе, реферата, тестирование.